

УДК 334:338.439.5

*О.В. БОДНАР, кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,
провідний науковий співробітник*

*О.А. КОЗАК, кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,
провідний науковий співробітник*

*Н.Г. КОПИТЕЦЬ, кандидат економічних наук, старший науковий
співробітник, провідний науковий співробітник
Національний науковий центр „Інститут аграрної економіки”*

Напрями врегулювання взаємовідносин виробників, продавців і споживачів соціально-значимих продуктів харчування

Постановка проблеми. Одним із основних завдань на шляху розв'язання продовольчої проблеми кожної держави є поліпшення харчування населення, що значною мірою залежить від функціонування сільського господарства та суміжних із ним галузей, що займаються переробкою, зберіганням і транспортуванням сільськогосподарської продукції до місць її продажу та споживання [16]. У продовольчій системі серед великої різноманітності продуктів харчування слід виділити соціально-значимі – це продукти в натуральному або переробленому виді, які необхідні для повноцінного забезпечення життєдіяльності людини та які є об'єктом державного регулювання. Забезпечення ефективності, а також виявлення і вчасне усунення зловживань на всіх етапах продовольчого ланцюга від виробника сільськогосподарської продукції до споживача соціально-значимих продуктів є надзвичайно важливим та актуальним, оскільки безпосередньо стосується продовольчої безпеки держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням продовольчого забезпечення, формування й функціонування ринку сільськогосподарської продукції та продовольства, а також взаємовідносинам між елементами продовольчих систем присвячено бага-

то праць економістів-аграрників, серед яких дослідження О.М. Шпичака [14], Ю.О. Лупенка [12], М.Й. Маліка [12], В.Г. Андрійчука [1], Б.Й. Пасхавера [8], В.М. Гейця [11], О.В. Шубравської [8], Л.Ю. Волощенко, Т.Г. Дудара, Л.В. Страшинської й ін. Серед іноземних вчених дана проблематика розглядалася у працях І.Г. Ушачова [13], А. Бальмана [15], В. Валентинова [17], Проте залишаються недостатньо дослідженими питання узгодження відносин між основними гравцями на ринку соціально-значимих продуктів харчування.

Мета статті – здійснити оцінку функціонування основних ланок продовольчих ланцюгів соціально-значимих продуктів харчування та запропонувати напрями врегулювання взаємовідносин між виробниками, продавцями й споживачами.

Виклад основних результатів дослідження. Кожна країна має свої природно-кліматичні та регіональні особливості, які дають змогу виробляти ті чи інші види сільськогосподарської продукції, максимально використовуючи наявні ресурси. При цьому виділяється ряд продуктів, які є найбільш соціально-значимими для внутрішніх потреб. Вони знаходяться в полі зору держави щодо регулювання цін та їх складових у ланцюгу від виробництва сільськогосподарської продукції до роздрібної торгівлі.

© О.В. Боднар, О.А. Козак, Н.Г. Копитець, 2014

На нинішньому етапі в Україні категорія соціально-значимих продуктів харчування поки що законодавчо не визначена. Однак проектом Закону України „Про внутрішню торгівлю” передбачено їхній перелік, зокрема борошно пшеничне вищого першого і другого сорту, борошно житнє обдирне, хліб, хлібобулочні та макаронні вироби із борошна пшеничного вищого першого і другого сорту, борошна житнього обдирного (в тому числі для діабетиків), крупи, свинина, яловичина, м'ясо птиці (кури), яйця курячі, м'ясні й ковбасні вироби (крім сирокочених і сиров'ялених), молоко, сметана, кефір, ряжанка, сири кисломолочні, масло, сіль, цукор, олія (соняшникова, кукурудзяна), овочі (картопля, капуста білокачанна, буряк, морква).

Чинним законодавством передбачено певні правила гри в інституційному полі формування нового ланцюга на соціально-значимі продукти харчування (рис. 1). Зокрема, на рівні центральних органів влади здійснюється регулювальний вплив на механізм ціноутворення щодо сільськогоспо-

дарської продукції та продовольства, що входять до переліку об'єктів державного цінового регулювання. Крім того, на окремі види с.-г. продукції і продовольства затверджується Кабінетом Міністрів України мінімальнодопустимий рівень цін, що використовується для розрахунку ціни при закупівлі продукції безпосередньо у виробника й повинен забезпечувати прибутковість його діяльності. У сфері переробки сільськогосподарської продукції передбачається порядок формування оптово-відпускної ціни на продовольчі товари, щодо яких запроваджене державне регулювання.

Місцеві органи влади наділені повноваженнями щодо встановлення граничних рівнів рентабельності виробництва окремих видів продовольства, що визначаються Кабінетом Міністрів України, та граничних постачальницько-збутових надбавок до оптової ціни виробника цих видів продовольства. Отже, державне регулювання здійснюється через ціновий механізм встановленням цінового коридору, або регулювання складових самої ціни продукції.

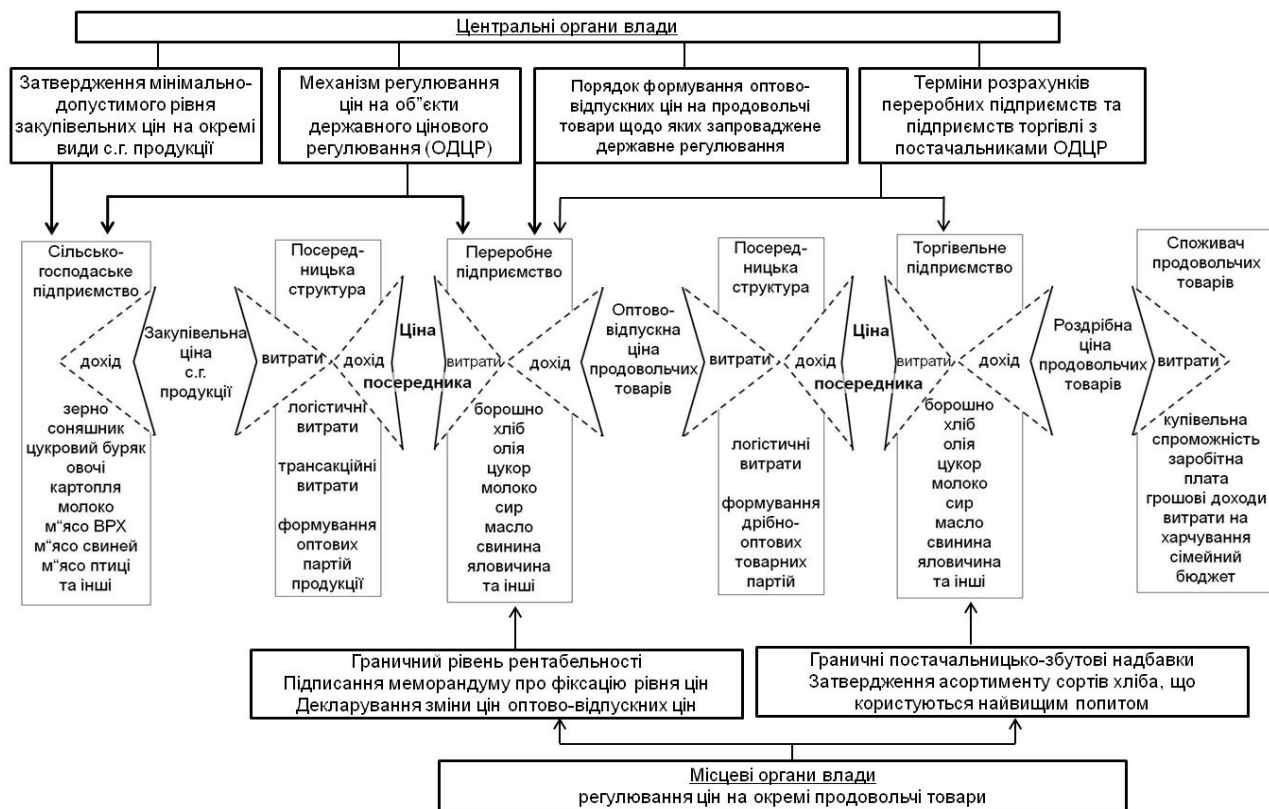


Рис. 1. Інституційне поле формування цінового ланцюга на соціально-значимі продукти харчування (продовольчі товари)

Джерело: Власні дослідження.

Формування взаємовідносин виробників, продавців і споживачів продовольчих товарів, у тому числі соціально-значимих продуктів харчування, можна дослідити за допомогою аналізу цінового ланцюга від виробника сільськогосподарської продукції до роздрібно торгівлі. При розрахунку частки кожного з учасників цінових ланцюгів за окремими видами продовольства нами не були враховані бюджетні пільги й дотації, що надаються державою сільськогосподарським товаровиробникам, наприклад, по податку на додану вартість, із метою визначення фактичного внеску кожної ланки у новостворений продукт.

Розглянемо формування взаємовідносин, що складаються на шляху руху продукції від виробника до роздрібно торгівлі на прикладі окремих видів продовольства.

Однією з особливостей ціноутворення у ланцюгу «зерно-борошно-хліб» є значний контроль із боку держави. Аналіз динаміки цін на зерно та продукти його переробки показує, що цінові зміни на ринку зерна не завжди узгоджуються зі змінами цін на хліб і борошно. Якщо зростання цін на продовольче зерно може відбуватися різким стрибком,

то підвищення цін на борошно й хліб відбувається поступово. Причому зниження закупівельних цін на пшеницю не супроводжується відповідною динамікою цін на борошно та хліб. З одного боку, підвищення цін на продовольче зерно призводить до того, що підприємства борошномельної, а особливо хлібопекарської галузей працюють на межі збитковості. З іншого боку, обвал цін на пшеницю дав змогу повернути їм недоодержаний прибуток. Спостерігається певна синхронність у зростанні цін суміжних виробництв, яка певною мірою зумовлена адміністративним державним регулюванням переробних галузей (рис. 2).

Нині на законодавчому рівні не визначено, які види хліба є соціально-значимими. Об'єктом державного регулювання є хліб простої рецептури. Місцеві органи влади визначають асортимент хліба, що користується в регіоні найбільшим попитом. Наприклад, у київських підприємствах роздрібно торгівлі його слід розміщувати на спеціально відведених полицях. За нашими дослідженнями частка таких сортів хліба у загальному його виробництві в Україні становить 50-60%.

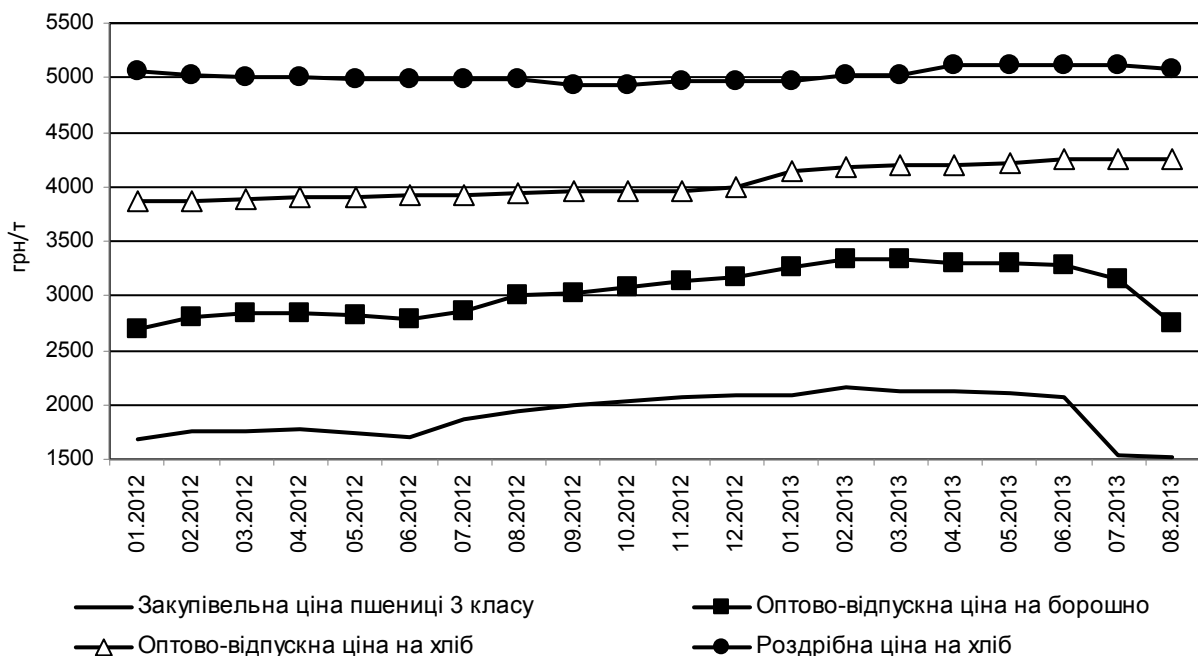


Рис. 2. Динаміка цін у суміжних ланках продовольчого ланцюга «зерно-борошно-хліб»

Джерело: Дані Державної служби статистики України.

Місцеві органи влади регулюють граничні торговельні (постачальницько-збутові) надбавки до оптової ціни виробника на бо-

рошно та хліб; граничні рівні рентабельності їх виробництва; оптово-відпускні ціни на борошно декларуванням їхньої зміни. З ме-

тою забезпечення стабільної цінової ситуації на ринку хліба і хлібобулочних виробів в окремих областях укладаються Меморандуми порозуміння з основними хлібопекарськими підприємствами для утримання оптово-відпускних цін на хліб масових сортів. Надмірна зарегульованість хлібної галузі призвела до того, що більшість хлібопекарських підприємств працюють у «тіні» [2].

На відміну від інших видів сільськогосподарської продукції, продовольче зерно, зокрема пшениця, не може бути направлене на переробку в борошно одразу після збирання. Зерну необхідний час для «дозрівання». Проте незмінність цінової ситуації на ринку хліба й борошна при знижувальних тенденціях на ринку зерна дає змогу провес-

ти об'єктивний аналіз зміни частки кожного з учасників ланцюга «зерно-борошно-хліб» за умов цінової ситуації 2013 року.

Аналіз структури роздрібної ціни хліба показує, що у 2013 році в умовах обвалу цін на зернові культури відбувся перерозподіл часток на користь переробних підприємств і посередників, які працюють у цій ланці. Так, станом на лютий 2013 року частка товаровиробників зерна становила 25,9% (рис. 3), а в період обвалу цін вона знизилася до 17,9%, що свідчить про збитковість виробництва пшениці в сільськогосподарських підприємствах. На нашу думку, оптимальним співвідношенням роздрібної ціни хліба до вартості зерна у зазначеній ціні є 1-0,35.

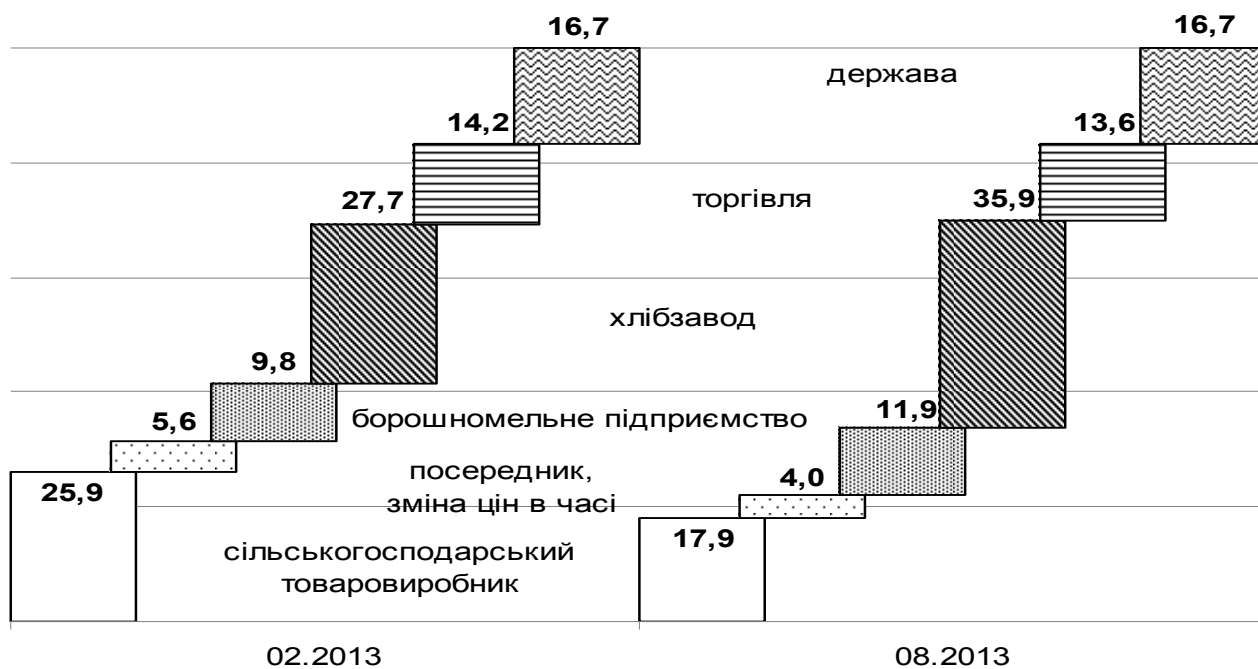


Рис. 3. Динаміка структури роздрібної ціни хліба пшеничного з борошна вищого гатунку у 2013 році, %

Джерело: Власні дослідження, дані Державної служби статистики України.

Важливо також те, що обіг оборотних фондів у зерновій галузі відбувається один раз в рік, тоді як на хлібозаводі – щоденно. Враховуючи соціальний аспект ціни хліба й необхідність відновлення техніко-технологічного рівня зернового виробництва, цілком виправданим було б встановлення тісного зв'язку між зміною ціни хліба та ціни зерносировини.

Зростання частки хлібопекарських підприємств у роздрібній ціні хліба в серпні 2013 року до 35,9% порівняно з 27,7% у лютому доводить про уникнення збитковості виробництва хліба. Слід відзначити, що при надмірній зарегульованості ціни кінцевого продукту в умовах значних цінових коливань у початковій ланці відбувається перерозподіл прибутку і часто в межах фіксо-

ваного рівня, що зумовлює збитковість тієї чи іншої ланки.

Частка мережевої торгівлі є завищеною (13,6%), оскільки тут встановлюється торговельна надбавка у розмірі 20%, що вище, ніж встановлений місцевими органами влади граничний рівень – 15%.

Одним із факторів, що визначає особливості ціноутворення та формування взаємовідносин у ланцюгах, де сировиною для виробництва продовольства є молоко й м'ясо, є значна диверсифікація виробників сільськогосподарської продукції. Вона існує як за їх кількістю, так і за організаційно-правовими формами – від великих агропромислових формувань до дрібних особистих селянських господарств (ОСГ). Останні – це 4301,8 тис. господарств, які територіально розпорошені по всій Україні з приблизно однаковим виробничим набором сільськогосподарської продукції та продовольства з деякими регіональними традиційними відхиленнями.

В обсягах виробництва певних видів аграрної продукції, в тому числі соціально-значимих, частка ОСГ є переважною, зокрема м'яса ВРХ – 73,4%, м'яса свиней – 50,1, молока – 77,7, картоплі – 96,7, овочів – 85,7%. Ці господарства забезпечують власні споживчі потреби у сільськогосподарській продукції, а надлишок реалізують переробним підприємствам на договірних засадах або ж на ринку. Зазначимо, що фактичні обсяги втрат виробників сільськогосподарської продукції залежать від ступеня монополізації тих галузей, з якими вони вступають в обмінні відносини. До того ж, об'єктивною тенденцією є збільшення зловживань із боку організацій, які займаються збутом продукції [4, с. 19].

Така диверсифікація виробництва зумовлює специфіку формування пропозиції на ринку, що визначається рядом факторів: відсутністю реєстрації товарних потоків, наявністю неформальних зв'язків, натурального обміну, непоінформованості виробників тощо. За таких умов діяльність посередників, особливо первинної ланки (між виробником і посередником) значно активізується. Не рідко посередницьку функцію беруть на се-

бе самі власники ОСГ, які закупають у своїй місцевості сільськогосподарську продукцію за заниженими цінами для її подальшої реалізації часто також посередникам. Фактично безпосередній виробник продукції знаходиться поза ринком. Водночас у Стратегії розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року важливим завданням передбачено входження малих та середніх товаровиробників в організований ринок [10].

У цілому наявність посередників є об'єктивною умовою функціонування сучасного ринку, які в даному випадку розв'язують логістичні проблеми, формують оптові партії продукції й ін. Проте вони часто не виправдано занижують рівень закупівельних цін на сільськогосподарську продукцію, що призводить до недоодержання прибутку, в першу чергу особистими селянськими господарствами. Також значна кількість посередників призводить до подорожчання кінцевої продукції, що викликає невдоволення кінцевого споживача. Міністерство аграрної політики та продовольства України останнім часом неодноразово наголошує на необхідності запровадження скороченого маркетингового ланцюга реалізації продукції, оминаючи посередницькі структури.

Частку кожного з учасників у продовольчому ланцюзі, в якому сировиною для виробництва кінцевого товару є молоко, розглянемо на прикладі масла, що є продуктом порівняно глибокої переробки.

Аналіз динаміки цін у суміжних галузях показує, що цінові коливання на молоко, зумовлені сезонністю виробництва, не відтворюються в оптовій і роздрібній торгівлі маслом. Якщо коливання оптово-відпускної ціни масла між максимальними й мінімальними значеннями становить 4%, то коливання у закупівельній ціні молока – близько 30% (рис.4).

Різниця між закупівельними цінами на молоко відповідного сорту для сільськогосподарських підприємств і особистих селянських господарств з урахуванням бюджетних дотацій коливається від 14 до 26%.

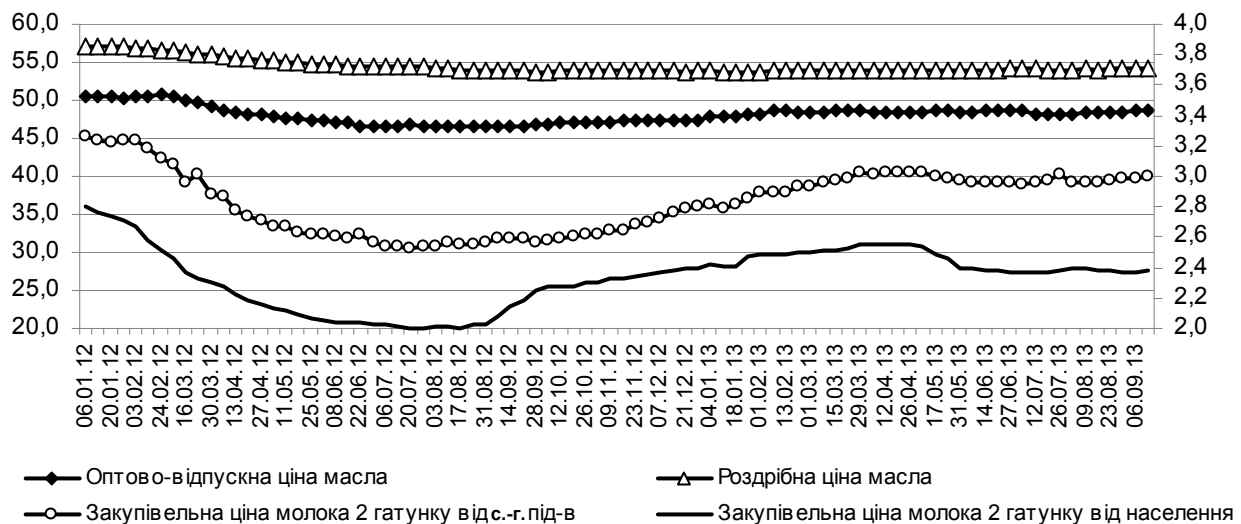


Рис. 4. Динаміка цін у суміжних ланках продовольчого ланцюга «молоко-масло», грн за 1 кг

Джерело: Дані Державної служби статистики України.

Частка сільськогосподарського товаровиробника у роздрібній ціні масла також має

значні коливання. Залежно від сезону виробництва вона становить 40-47% (рис. 5).

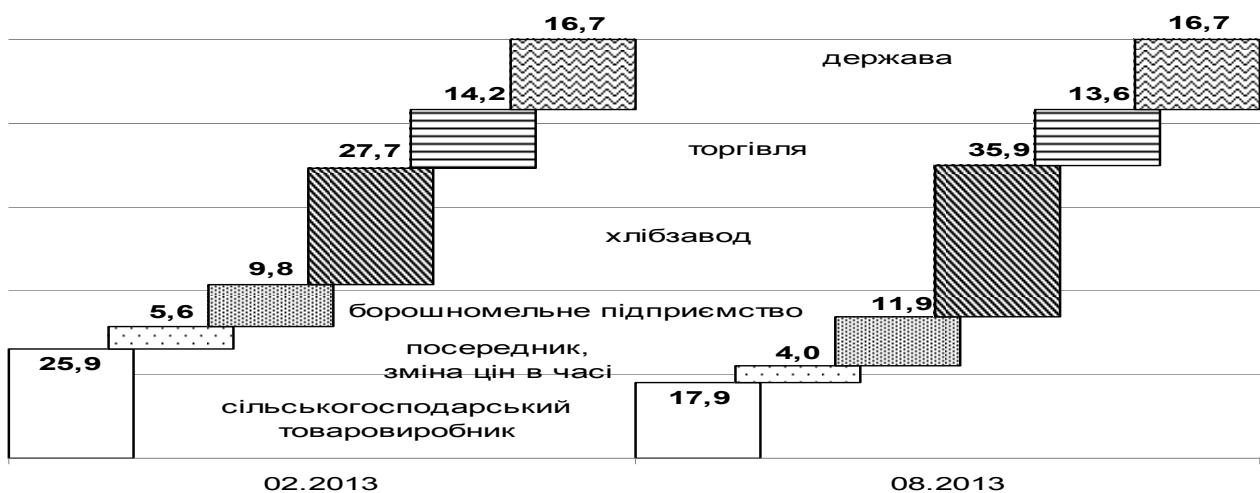


Рис. 5. Динаміка структури роздрібної ціни масла вершкового, %

Джерело: Власні дослідження, дані Державної служби статистики України.

Проте проблемою є не лише нестабільність цієї величини, але й занижений її рівень. Зокрема, у США частка сільськогосподарського товаровиробника у роздрібній ціні масла без урахування урядових платежів дорівнює не менше 50% [14].

При формуванні цін на яловичину і продукти її переробки класичні механізми ринкового ціноутворення не діють, а основним фактором ціноутворення є монопольне становище окремих суб'єктів на ринку, які й встановлюють «правила гри». Ціни на яловичину у роздрібній мережі досягли рівня

європейських, а власники великої рогатої худоби (основні товаровиробники) продовжують скорочувати поголів'я [5]. Це вказує на недосконалість механізму ціноутворення та нееквівалентний розподіл доходів між суб'єктами маркетингового ланцюга: товаровиробник – переробник – торгова мережа (рис. 6), де найбільш незахищеними залишаються основні виробники продукції – особисті селянські господарства, які без об'єднання не в змозі поодинокі відстоювати свої інтереси.

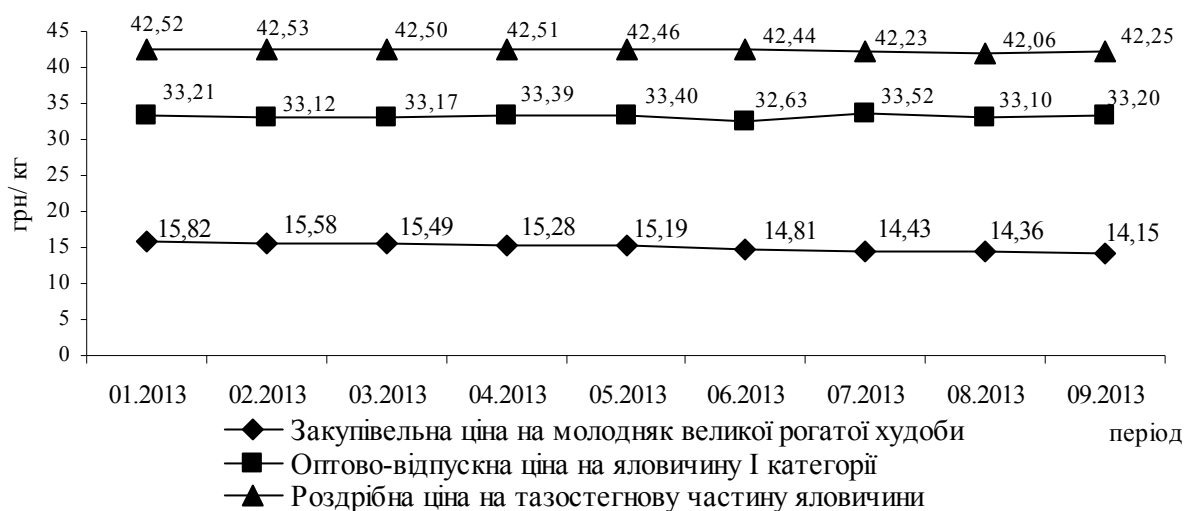


Рис. 6. Динаміка формування цін у ланцюгу “велика рогата худоба-яловичина”, грн/кг

Джерело: Дані Державної служби статистики України.

У 2013 році на ринку яловичини склалася доволі парадоксальна ситуація: при незмінному попиту та незначному збільшенні пропозиції маємо зниження закупівельних цін на велику рогату худобу на 10,6%. При цьому суттєве зниження цін відбулося саме в

особистих селянських господарствах, а ціни у суміжних галузях за 9 міс. 2013 року залишилися на рівні початку року.

Частка сільськогосподарського товаровиробника у роздрібній ціні яловичини значно коливається (рис. 7).

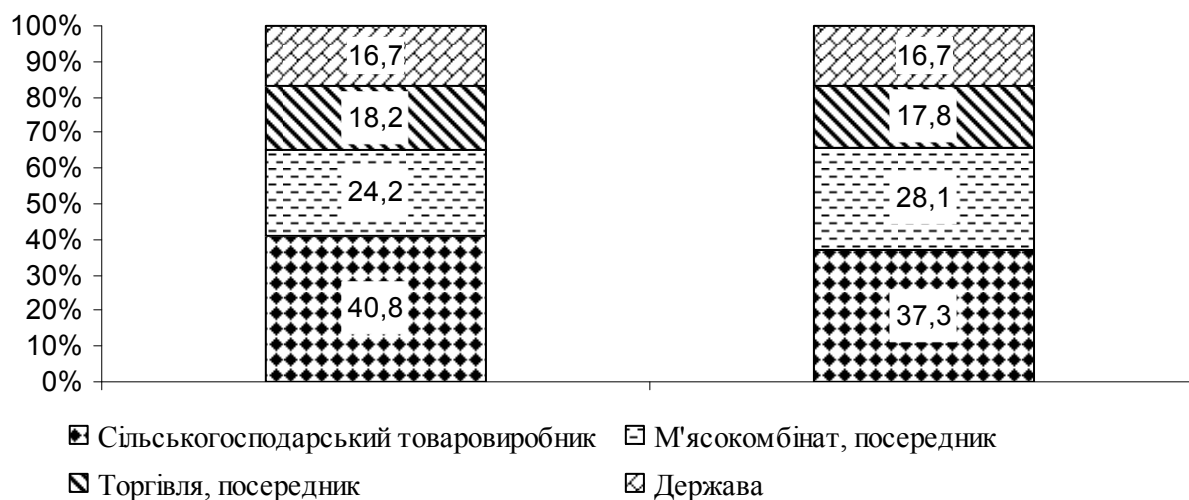


Рис. 7. Структура роздрібної ціни на яловичину, %

Джерело: Розраховано за даними Державної служби статистики України.

За існуючих умов виробники м'яса змушені шукати канали збуту на стихійних ринках або продавати її посередникам прямо з двору. Остання схема ділових стосунків упродовж кількох років набула особливого поширення, проте на цьому неофіційному каналі збуту втрачає і держава, й виробник.

Розмір торговельної надбавки, особливо в літній період, перевищує встановлений дер-

жавою граничний рівень 15%. Мають місце факти, коли торговельні фірми висувають фінансові вимоги до виробників продукції, вимагаючи від своїх потенційних партнерів сплатити так звану «плату за вхід», що стягується за розміщення товарів у магазинах мережі, плату за кожну товарну позицію, «плату за полицю» – за розміщення товарів на найвигідніших місцях.

Досі неврегульованими питаннями залишаються терміни розрахунку за продукцію. Мають місце відстрочення платежів за поставлену та реалізовану продукцію, які зазвичай є неодмінною вимогою торговельників при укладенні договорів на постачання. Строк здійснення розрахунків між торговельними організаціями й переробними підприємствами, зокрема за поставлену молочну продукцію, становить 25-45 днів, а в окремих випадках – до 60 днів із дня поставки продукції. Законодавче обмеження цього терміну створює проблему вимивання обігових коштів переробних підприємств, що в кінцевому рахунку може призвести до підвищення цін на продукцію в роздрібній мережі. Існуючий нині термін створює проблему розрахунків із сільськогосподарськими товаровиробниками.

Уникненню зловживань при русі продукції від виробника до споживача сприятиме створення оптових ринків сільськогосподарської продукції. За словами Міністра аграрної політики та продовольства України: „На сьогодні є певний ціновий конфлікт споживача та виробника. На оптові ринки не слід пускати перекупників, які заповнили продовольчі ринки у багатьох українських містах” [7]. Ще у 2009 році планувалося звести 25 оптових ринків у кожній області країни. З цією метою Кабінет Міністрів України розробив спеціальну програму [9], виконати яку завадила світова фінансова криза. Нині статус оптових ринків одержали лише 11 об'єктів, з яких фактично побудовано тільки три. Один із них – «Столичний» – у Києві [6]. Розробляється техніко-економічне обґрунтування щодо створення нової системи ринків, що формуватиметься в рамках Національного проекту «Зелені ринки – створення мережі регіональних оптових продовольчих ринків».

Одним із напрямів усунення посередників на шляху сільськогосподарської продукції від виробника до переробника, особливо щодо овочів, молока й м'яса, є створення сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів – це сільськогосподарський кооператив, що утворюється об'єднанням фізичних та/або юридичних осіб – виробників сільськогосподарської продукції для органі-

зації обслуговування, спрямованого на зменшення витрат та/або збільшення доходів членів цього кооперативу під час провадження ними сільськогосподарської діяльності та на захист їхніх економічних інтересів [3]. Вони є одночасно його власниками і клієнтами, але при цьому залишаються самостійно господарюючими суб'єктами. За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України кількість сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів станом на 1 січня становила у 2009 році – 496, у 2010 – 645, у 2011 – 583, у 2012-му – 774. Станом на 01.07.2013 року в Україні було 562 діючих обслуговуючих кооперативів, серед яких найбільше у Вінницькій області – 85, Івано-Франківській – 60, в АР Крим – 60 кооперативів. За напрямками спеціалізації кооперативи розділилися так: молочних – 32,2%, м'ясних – 3,7, плодоовочевих – 9,6, зернових – 4,6, з обробітку землі – 21,4 й інші – 27,2%. Основними проблемами, що стримують розвиток кооперативів, є: недосконале правове забезпечення, неузгодженість інтересів учасників кооперації, відсутність загального розуміння необхідності їхнього розвитку, недостатня державна підтримка тощо. За оцінками експертів необхідна кількість кооперативів повинна становити: у середньому один обслуговуючий кооператив на 2-3 населених пункти, що забезпечить роботою 50 тис. осіб у сільській місцевості, реалізацію на внутрішньому аграрному ринку через кооперативи не менше 20% продукції від їх загального товарообігу [12, с.34]. Крім того, за рахунок нових підприємств активізується конкуренція на аграрному ринку та відбудеться усунення посередницьких структур, які нині закуповують вироблену продукцію у сільського населення.

Висновки. На державному рівні слід здійснити ряд заходів, які б регулювали взаємовідносини виробників, продавців і споживачів соціально-значимих продуктів харчування.

1. Сукупна гранична торговельна надбавка (націнка) на соціально-значимі продукти харчування встановлюється не вище 20% оптово-відпускної ціни виробників соціально-значимих харчових продуктів до кінце-

вого споживача з урахуванням витрат на їх транспортування.

2. Розрахунки підприємств оптової й роздрібною торгівлі продовольчими товарами з виробниками соціально-значимих продуктів харчування за реалізовану продукцію здійснюються у строк не пізніше 30 календарних днів із дня одержання продукції. Строк розрахунків із товаровиробниками (постачальниками) соціально-значимих продуктів харчування, які швидко псуються, встановлюється не вищим, ніж термін їх реалізації.

3. Незалежно від умов одержання продукції підприємствами оптової та роздрібною

торгівлі для подальшої реалізації споживачам забороняється: одержання продавцем у будь-якій формі будь-яких платежів від виробника соціально-значимих харчових продуктів (у тому числі платежів: за надання будь-яких послуг, включаючи маркетингові, або за розміщення продукції в певному місці та/або на певній полиці (полицях) об'єкта торгівлі тощо; продавцю реалізовувати споживачам продукцію, на яку встановлено державні регульовані ціни, за цінами, що їх перевищують.

Список використаних джерел

1. Андрійчук В.Г. Агропромислові формування нового типу в контексті стратегії розвитку вітчизняного сільського господарства / В. Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2013. – № 1. – С. 3-15.
2. Боднар О.В. Особливості ціноутворення у зернопродуктовому підкомплексі України / О.В. Боднар // Економіка ринкових відносин. – 2013. – № 11. – С. 127-133.
3. Закон України №469/97-ВР від 17 лип. 1997 р. „Про сільськогосподарську кооперацію” (із змінами) // Відом. Верх. Ради України (ВВР), 1997. – № 39. – Ст. 261.
4. Козак О.А. Формування міжгалузевих відносин та еквівалентність обміну в аграрній сфері / О.А. Козак, Л.М. Малік // Економіка АПК. – 2012. – № 8. – С. 17-21.
5. Копитець Н.Г. Стан виробництва м'яса в умовах ринкової економіки / [М.В. Гладій, П.Т. Саблук, Н.Г. Копитець та ін.] ; за ред. М.В. Гладія // Розвиток м'ясопродуктового підкомплексу України: моногр. – К. : ННЦ ІАЕ, 2012. – С. 70-131.
6. Копитець Н.Г. Стратегічні напрями розбудови оптових ринків сільськогосподарської продукції / Н.Г. Копитець // Стратегія розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року: Зб. матер. Чотирнадцятих річних зборів Всеукр. конгр. вчених економістів-аграрників. – К., 16-17 жовт. 2012 р. / Редкол.: Ю.О. Луценко, П.Т. Саблук та ін. – К.: ННЦ “ІАЕ”, 2013. – С. 645-649.
7. На оптових ринках можна побачити реальну ціну на сільськогосподарську продукцію. Прес-служба Міністерства аграрної політики та продовольства України. – 18 жовтня 2013 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/uk/node/9665>.
8. Пасхавер Б.Й. Виклики і шляхи агропродовольчого розвитку / [Б.Й. Пасхавер, О.В. Шубравська, Л.В. Молдаван й ін.] ; за ред. Б.Й. Пасхавера. моногр. – К.: Ін-т економ. та прогноз., 2009. – 432 с.
9. Постанова Кабінету Міністрів України № 562 від 03.06.2009 р. „Про затвердження Державної цільової програми створення оптових ринків сільськогосподарської продукції” [Електронний ресурс] – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua.
10. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 жовтня 2013 р. № 806-р „Про схвалення Стратегії розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
11. Стратегічні виклики ХХІ століття суспільству та економіці України. В 3-х т. / за ред. акад. НАН України В.М. Гейця, акад. НАН України В.П. Семиноженка, чл.-кор. НАН України Б.Є. Кваснюка. – К. : Фенікс, 2007.
12. Стратегічні напрями розвитку підприємництва і кооперації в сільському господарстві на період до 2020 року / [Ю.О. Лупенко, М.Й. Малік, В.М. Заяць та ін.] ; за ред. М.Й. Маліка. – К. : ННЦ ІАЕ, 2013. – 50 с.
13. Ушачев И.Г. Продовольственная безопасность России в рамках глобального партнерства / Ушачев И.Г. – М.: ГНУ ВНИИЭСХ, 2013. – 330 с.
14. Формування витрат виробництва сільськогосподарської продукції та їх моніторинг у передових країнах світу; за ред. академіка НААН України О.М. Шпичака. – К.: ННЦ ІАЕ, 2012. – 204 с.
15. Balmann, A, Larsen, K., Mußhoff, O. (2013): Investment Reluctance in Supply Chains: An Agent-Based Real Options Approach, *Journal of Mathematical Finance*, No. 3, pp.1-10.
16. The State of Food and Agriculture 2013: Food systems for better nutrition [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.fao.org.
17. Valentinov, V. (2012): Toward a holistic nonprofit economics: insights from institutionalism and systems theory, *Journal of Bioeconomics*, Vol. 14, No. 1. – P. 77-89.

Стаття надійшла до редакції 20.11.2013 р.

* * *